

Madrid, 14 de noviembre de 2017

## AUDIENCIAS LUNES 13 DE NOVIEMBRE

**Telecinco, líder del día (14,9%), supera en más de 2 puntos a Antena 3 (12,8%)**  
**‘La que se avecina’ (20,8% y 3.063.000), líder de su franja a 8 puntos de ventaja sobre Antena 3 (12,8% y 1.873.000)**

- Creció más de 3 puntos en *target* comercial hasta el 23,9%, el mejor del día. Fue lo más visto en todos los grupos sociodemográficos salvo en mayores de 64 años, anotando sus mejores marcas entre los jóvenes de 13-24 años (39%) y los espectadores de 25-34 años (36,4%).
- Lideró en 11 de los 14 mercados regionales superando su media nacional en Castilla-La Mancha (33%), Canarias (29,1%), Asturias (27,7%), Murcia (24,3%), Castilla y León (22,8%), Andalucía (22,1%) y el denominado ‘Resto’ (21,4%).
- Emitió el *spot* más visto del día (Toyota) a las 23:06h con un 8,3% de *rating* publicitario.
- **‘Sálvame limón’** (13,6% y 1.587.000) y **‘Sálvame naranja’** (16,8% y 1.799.000) lideraron sus respectivas franjas sobre su principal competidor, que marcó un 9,5%-1.113.000 y 13,8%-1.478.000, respectivamente.
- **‘El programa de Ana Rosa’** (17,3% y 522.000), magacín matinal más visto del día con una ventaja de 1,8 puntos sobre ‘Espejo público’ (15,5% y 477.000).
- **‘Pasapalabra’** (16,1% y 2.338.000) se mantuvo un día más imbatible en su franja frente al 13,2% y 1.917.000 de Antena 3.
- **Informativos Telecinco 21:00h** (16,4% y 2.824.000), referencia informativa de la jornada, se impuso en 4 puntos a Antena 3 Noticias 2 (12,4% y 2.105.000).
- **Telecinco**, cadena más vista del día (14,9%), lideró el *day time* (14,8%), *prime time* (15%), mañana (14,7%), tarde (16,5%) y *late night* (19,7%). Ganó también el *target* comercial en total día y *day time* (15,8%) y *prime time* (15,9%).

## ‘Fuera de cobertura’ (5,8% y 916.000) anota su segunda emisión más vista de la temporada

- El espacio de reportajes de Alejandra Andrade creció hasta el 7,1% en *target* comercial. Superó a La Sexta en espectadores de 25 a 34 años (5,7% vs. 5,3%) y de 35 a 54 años (7,2% vs. 6,5%).
- ‘**First Dates**’ (7,4% y 1.385.000), emisión más vista de Cuatro, alcanzó un 9,6% en *target* comercial y superó ampliamente a La Sexta en espectadores de 25 a 34 años (13,2% vs. 7,7%).
- ‘**Ven a cenar conmigo**’ (5,1% y 807.000) también anotó su segunda emisión más vista en el *access* e incrementó su cuota en *target* comercial (7,6%) y entre espectadores de 16 a 54 años (8,5%), *core target* del canal.
- **Noticias Cuatro Deportes** (6,9% y 841.000) superó en casi medio punto a La Sexta (6,5% y 787.000) y en todos los grupos sociodemográficos excepto mayores de 64 años, con un destacado 10,5% entre espectadores de 35 a 54 años.

## FDF (2,8%), líder entre los temáticos con ‘La que se avecina’ (3,8% y 639.000) como lo más visto

- Fue la primera opción del *day time* y *prime time* (2,8%) y sobremesa (4,4%). Entre espectadores del *target* comercial consiguió el dominio en total día (3,8%), *day time* (4,2%) y *prime time* (3,2%).